



visit PÄRNU



Pärnu (maa) turismisihtkoha turundamine täna/homme

Turismisihtkoht Pärnumaa - visit Pärnu

- Kampaaniad suunamisega kodulehele www.visitparnu.com
- Instagram, FB – Pärnumaa
- Influencerid, blogijad, artiklid, sihtkoha videod Pärnumaa (linn + tegevused väljaspool linna)
- Professionaali uudiskiri – kõigile soovijatele
- Valmistume hooajaks – kõigile turismiettevõtjatele
- Statistilised analüüsid – maakondlikud
- Sihtkoha pildid, videod



Soome kampaania “Sukella Pärnuun”

- Eelarve 50 000€
- 12 trammil reklaamid
- 20 trammipeatuses reklaamid
- Video sadamas
- Baltic Guide ja Baltic Outlook artikkel
- Blogijad Pärnus
- Tutvustav video sotsiaalmeedias

Youtube

Pikk video – näitamisi 12 982, vaatamisi 6339

Lühike video – näitamisi 329 533, vaatamisi 97 600

Instagram

impressions 417 281, reach 157 601

Facebook

impressions 502 525, reach 148 768



visit PÄRNU

Läti kampaania “Pärnava atrodas tepat aiz stūra”

- 01. oktoober – 30. november 2019
- Eelarve 47 000€. Koostöös Pärnu spaade ja hotellide ning EASiga
- Kiigepark Kronvalda pargis
- Kampaania koduleht: www.visitparnu.com/spa
- Digikampaania
- Video



Visit Pärnu Experience 2019

- 27.-31.05.2019
- Instagrammerid Eestis, Lätist, Soomest ja UKst
- Eesmärk oli tutvustada Pärnut kui atraktiivset vaba aja veetmise sihtkohta. Peamine kasutatav kanal oli Instagram kui maailma populaarseim visuaalne platvorm
- @visitparnu kuvamise statistika 28. mai-03. juuni
 - 8724 unikaalset konto külastust
 - 165 233 korda kuvati toodetud sisu
 - 47 viidet asukohale või kodulehele
- Sisuloojate postitused 27.-31. mai
 - +70 000 #visitpärnu külastamist
 - + 240 000 unikaalset postituste kuvamist
 - +12 500 aktiivset viidet postitustele



Artiklid pardajakirjas, Baltic Guide, videoklipid, teemanädalad 2019

- Artikkel AirBaltic pardajakirjas – Pärnumaa
- Pidev informatsiooni jagamine Baltic Guide, EAS
- Kohvikute Nädala laienemine Pärnu linnast välja
- FAM`ide võõrustamine – 10 FAM- ja pressireisi 2019. aastal
- MATKA mess Soomes, Balttour Lätis, Tourest Eestis
- Valmistume hooajaks /kevadel, sügisel/
- Infopäevad



Tegevused 2020

- MATKA 2020
- Tourest 2020
- Valmistume hooajaks
- Siseturu kampaania
- Kampaania Lätis
- Visit Pärnu Experience vol 2
- Lühivideod klipid seoses Covid`ga
- Osalesime EAS siseturukampanias
- Green Destination`s project
- Äriturismi arendused – tegevused/koostöölepingud partneritega
- Uudiskiri professionaalile



visit PÄRNU

Valmistume hooajaks „Kuidas ja kuhu“

➤ Veebipõhine seminar 15. mail 2020

➤ Seminari teemad ja esinejad:

Puhkus algab Pärnust – tegevused ja investeeringud 2020+ (Pärnu LV abilinnapea Rainer Aavik)

Tark Tartu ei torma... Või siiski? (Tartu linna turundusjuht ja SA Tartumaa Turism juhataja Helen Kalberg)

Visit Levi & turunduslik koostöö (Visit Levi tegevjuht Yrjötapio Kivisaari)

Kuidas ühiselt edasi? (EAS Turismiarenduskeskuse direktor Liina Maria Lepik)

Konverentsiturismi võimalused ja väljakutsed muutunud maailmas (Eesti Konverentsibüroo tegevjuht Kadri Karu)

Paneel: turismisihtkoha juhtimine (EAS Turismiarenduskeskuse direktor Liina Maria Lepik, Pärnu abilinnapea Rainer Aavik, Visit Levi tegevjuht Yrjötapio Kivisaari, Hedon Spa & Hotel tegevjuht Sari Sopanen)

Osaes rekordarv turismiasjalisi kogu maakonnast - 161



Powered By worksup

09:45 - 10:15

Yrjötapio Kivisaari
Visit Levi
tegevjuht

10:15 - 10:30

Paus koos
Sepo
Seemaniga

10:30 - 10:50

Liina Maria
Lepik

09:25 - 09:45

Helen Kalberg
Tartu linna
turundusjuht ja
SA Tartumaa

09:45 - 10:15

Yrjötapio Kivisaari
Visit Levi
tegevjuht

10:15 - 10:30

Paus koos
Sepo
Seemaniga

visit PÄRNU

Siseturu kampaania/ nähtavuskampaania

- Kampaania periood: 22. mai – 14. juuni
- Digi- ja sotsiaalmeedia kampaania
- Tulemused:

Kampaaniasõnumid jõudsid 1 983 055 inimeseni.

Reklaame vaadati 9 155 661 korral.

Kampaania kogus kokku 30 894 klikki.

Sotsiaalmeedias jõudis reklaam 385 535 unikaalse kasutajani.

Google'i reklaamid tõid kampaaniale kokku 2 134 410 kuvamist ja 18 450 klikki.

Kuigi turunduskampaania pearõhk oli inimeste teavitamisel, tõusis tänu kampaaniale visitparnu.com kodulehe külastatavus - kokku jõudis kampaaniaperioodi jooksul kodulehele 61 840 külastajat, kellest 44 895 viibisid lehel esmakordselt.

visit PÄRNU



PÄRNU

Puhka jälle päriselt.

visit PÄRNU

Läti kampaania

- Kampaania periood: 15. juuli – 15. august 2020
- Kampaania sõnum: 2 + 1 (kui ostad 2 ööd majutust, siis kingime ühe lisaks)
- Osales 22 hotelli/spaad
- Tulemused:



Vairāk atpūtas!

Rezervē naktsmājas
uz divām naktīm un
TREŠO SAŅEM DĀVANĀ!

visit
estonia



Vairāk atpūtas!

Rezervē naktsmājas
uz divām naktīm un
TREŠO SAŅEM DĀVANĀ!

visit
estonia

Visit Experience vol 2

- Periood: 06.-10. juuli
- Instagrammerid Lätist, Leedust, Soomest ja Eestist
- Eesmärk oli tutvustada sihtkohta kui atraktiivset vaba aja veetmise sihtkohta. Peamine kasutatav kanal oli Instagram kui maailma populaarseim visuaalne platvorm
- @visitparnu kuvamise statistika 06.-11. juuli
 - 83 101 kasutajale kuvati sisu
 - 299 084 korda kuvati toodetud sisu
 - 26 viidet asukohale või kodulehele
- Sisuloojate postitused 06.-11. juuli
 - +55 000 #visitpärnu külastamist
 - + 175 000 unikaalset postituste kuvamist
 - +10 500 aktiivset viidet postitustele



Äriturismi arendus

- Koostöös ettevõtjatega Eesti Konverentsibüroo töötajatele tutvustusreisi korraldamine
- Läti agentuurile "Goal Events" Pärnu võimaluste tutvustamine
- Koostööpartnerid:
 - Rannahotell
 - Wasa Resort
 - Tervis ravispaahotell
 - Hedon Spa & Hotel
 - Ojako puhke- ja koolituskeskus
 - White Beach Golf
 - Pärnu Bay Golf Links
 - Villa Andropoff
 - Villa Wesset
 - Lepanina Hotell
 - Klaara-Manni Puhke- ja Seminarikeskus
 - Maria talu
 - Auto24ring
 - Jaanihanso Siidritalu
 - Rannastaadion
 - Reiser
- Kodulehekülg: www.visitparnu.com/konverents



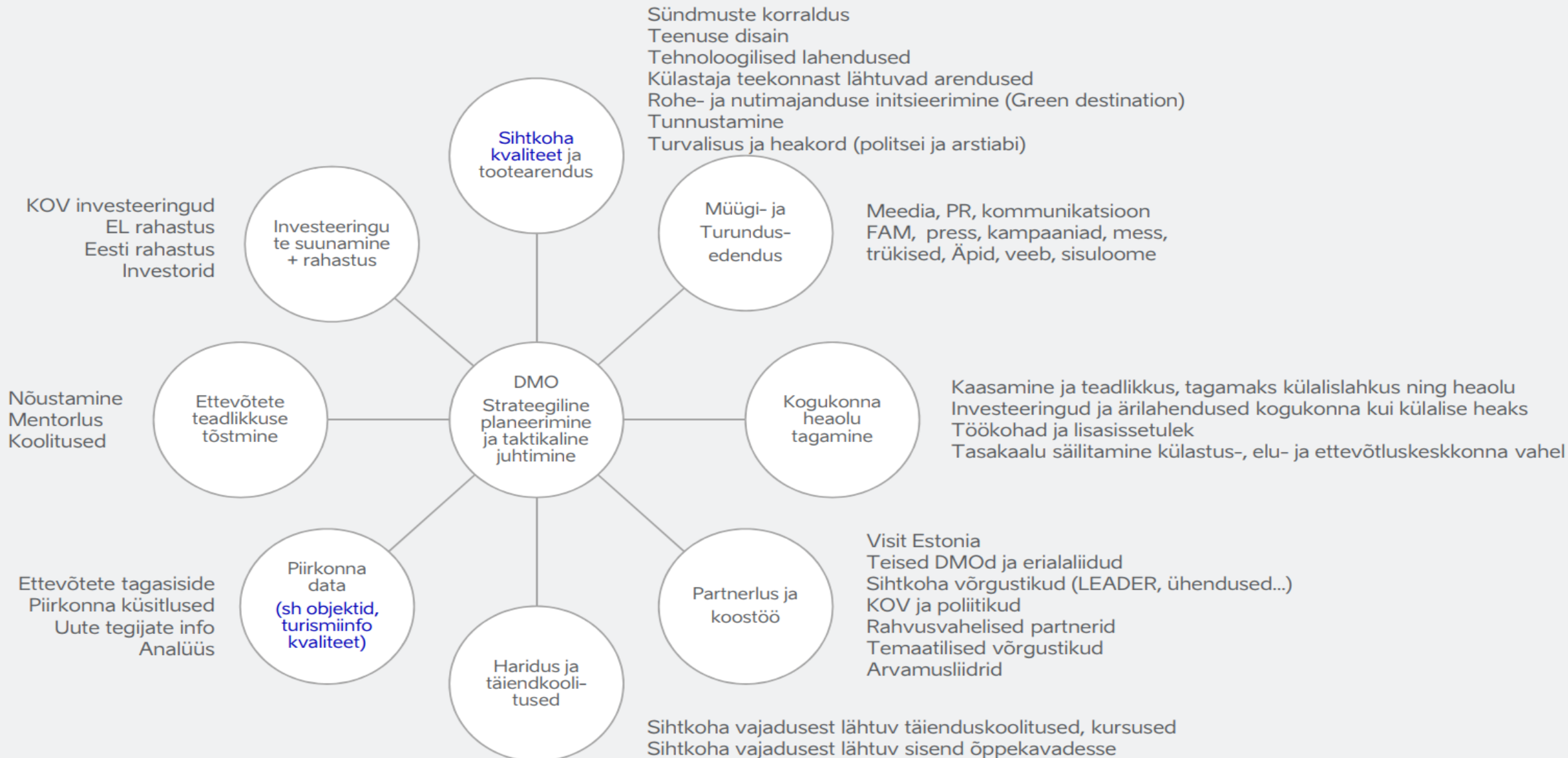
Kuidas edasi?

Teiste KOV`de näited

- Lõuna-Eesti Turism - juhatuse esimees, Tartu linna turundusjuht. Koostöökokkulepped, piirkonna turismiettevõtjad hajutatud
- Ida-Viru klaster - arenduskeskus, koostöökokkulepped, projektipõhine
- Saaremaa - uuesti Saaremaa vald, lisaks ettevõtjate organisatsioon
- LEVI - piirkondlik, koostöökokkulepped, orienteeritud müügile



DMO roll ja teenused, ootused



Pärnu (maa) sihtkoha turundamise mudel

- Üks sihtkoht Pärnumaa, üks vastutaja
- Ühine CVI piirkonnas
<https://visitparnu.com/visitparnu-cvi/>
- Selge arusaam tegevustest, panustamisest ning ootustest
- Infovahetus selge ja kiire
- Dupleerimise vältimine
- Selge kompetentsi kujunemine (turundus, strateegiline partnerlus, analüüs-analüütika, andmehaldus)



Pärnu (maa) sihtkoha turismiturundus kompetents

- Turismiturundus spetsialist – sõnumid, kampaaniad, FB, instagram, videod, fotomaterjal
- Turismikoordinaator – koostöölepingud, koostöö koordineerimine erinevate osapoolte vahel
- IT analüütik – kodulehekülje analüüs, kampaaniate kokkuvõte, tagasiside
- Turismiinfo spetsialist (1-2) turismi info sisestamine vajalikesse veebikanalitesse, Puhka Eestis, sündmuste koordineerimine



Millised võiks olla teenused KOV`ile?!

- Uudiskiri professionaalidele /infovoog
- Statistilised ülevaated, analüüs Statistikaameti andmete põhjal (kaks korda aastas)
- 1 kord aastas üldkoosolek (ülevaade, tegevused jne) avalikule sektorile
- 2 korda aastas valmistume hooajaks seminari läbiviimine
- Ühine mainekujundus/üks Pärnumaa üks visuaalne identiteet
- Sihtkoha info esile toomine, parem leitavus (GOOGLE, Puhka Eestis, visitparnu)
- EAS, ministeeriumite korraldatud seminaride, infoteabe jmt. informatsiooni edastamine (sh. toetusprogrammide mis puudutavad turismivaldkonda)
- Turundusmaterjalide koostamine – piirkondade üldine tutvustus (digi, paber)
- Turismistrateegia väljatöötamisel osalemine, kaasa rääkimine, otsustamine
- Kokkuleppe alusel – osalemine kampaaniates
- Pakettide ja marsruutide väljatöötamises osalemine
- Sihtkoha esindamine messidel
- Sihtkoha esindamine Workshopidel
- Sihtkoha reklaami erinevates väljaannetes, infokanalites







visit PÄRNU